



קורס מבוא לשיווק באינטרנט

שיעור שלישי – המשך גורמי מפתח בשיווק דיגיטאלי
ומילון מושגים





על מה נדבר היום?

- ❖ האינטרנט ככלי שיווקי – הזדמנות וסיכון
- ❖ ניהול משברים בעולם הדיגיטאלי
- ❖ היכרות עם מונחים מעולם האינטרנט
- ❖ האינטרנט כמדיה שיווקית לעסקים
- ❖ סיפורים הצלחה של מותגים שנבנו באמצעות האינטרנט
- ❖ הכלים לבניית מותג אישי / עסקי באינטרנט



תזכורת משבוע שעבר:

מאפייני התקשורת בעידן הדיגיטאלי

- ❖ אינטיג'רנט היא מילת המפתח
- ❖ מהירות הפצת המידע
- ❖ גלובליזציה של המידע
- ❖ אופנתיות הרשתות החברתיות
- ❖ ויראליות
- ❖ חדשנות טכנולוגית
- ❖ מסרים קצרים וממוקדים
- ❖ המפתח לתקשורת הוא דיאלוג ולא מונולוג
- ❖ אין שליטה מלאה בתכנים
- ❖ יכולת מיקוד גבוהה בקהלי היעד



הסיכונים במדיה הדיגיטאלית - פגיעה במותג, משברים



- ❖ כמעט כל מה שמופיע באינטרנט הוא אלמותי
- ❖ אותם עקרונות שמשרתים את אנשי השיווק עשויים גם לגרום למשברים
- ❖ מסוגל יחיד החמוש בטלפון סלולרי סטנדרטי הכולל מצלמה לפגוע בטווח זמנים קצר ושהפצה עשויה להיות בהיקפים עצומים
- ❖ דוגמאות:

○ דומינוס פיצה <https://www.youtube.com/watch?v=xanUE3DsJHM>

○ פדקס http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=PKUDTPbDhnA

○ רשת מלונות פתאל - שגיאת כתיב שפורסמה ברשת וגרמה ללעג כלפי החברה

נהפכה על ידני מנהלי השיווק לקמפיין ויראלי מצליח



רשת מלונות פתאל



עוד משברים

- מחאת הקוטג'
- יאיר לפיד עם גל פרסומים מביכים (על גברת כהן, לקיחת קרדיט על ירידת מחירי הקוטג', יציאה נגד המס החדש על אלכוהול וסיגריות, אי אמינות בנושא המאגר הביומטרי ועוד ועוד)
- מקדונלד שהעלתה קמפיין לרשת וזכתה לגל תגובות שעסק דווקא שבערכים התזונתיים המפוקפקים של המנות ובאיכותן הירודה
- שערוריית צביעת חניות הנכים על רכבים חונים שהגיעה באמצעות פוסט בסטטוסים מצייצים
- שערוריית הפג בבית חולים בני ציון





עקרונות לטיפול במשברים במדיה הדיגיטלית:

❖ מהירות

❖ שימוש ברשתות חברתיות

❖ ויראליות

❖ שימוש באותה מדיה בה הופץ המידע השלילי על הארגון / חברה

○ התגובה של פדקס

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=4ESU_Pcql38

○ התגובה של רשת מלונות פתאל : קמפיין ברוח השגיאות





מונחים מעולם האינטרנט

- ❖ **אתר עסקי** – קבוצת דפים המייצגת את הפעילות עסקית ומכיל אינפורמציה על החברה ומוצריה
- ❖ **דף נחיתה** – דף בודד שתפקידו למקד את תשומת לבו של המבקר למסר ספציפי (מכירה או שכנוע) ולהניעו להמשך פעולה של השארת פרטים (רישום), מכירה או שליחת מייל
- ❖ **פורטל** – אתר אינטרנט אשר מספק נקודת התחלה או שער למקורות אחרים ברשת. פורטלים בדרך כלל מספקים אפשרויות של התאמה אישית למשתמשיהם. לרוב עוסקים בנושאים מקצועיים.
- ❖ **פורום** – חלק באתר או פורטל כלשהו, בו יכולים גולשים להתדיין ביניהם בנושא מסוים. משתתפים בפורומים יכולים להגיב ולקרוא את תגובותיהם של אנשים אחרים.
- ❖ **בלוג** – יומן אינטנרטי הנכתב באופן דינאמי ושוטף, מאפשר תיעוד של מחשבות, חוויות, טענות, מחאות, העברת אינפורמציה כזו או אחרת ועוד. לרוב הבלוגר מאפשר תגובות גולשים לבלוג.



מונחים מעולם האינטרנט

- ❖ **search engine optimization - SEO** אופטימיזציה של מנועי חיפוש – נקרא גם "קידום אורגני" ומהותו – מקסום התנועה המגיעה לאתר מתוך תוצאות החיפוש הטבעיות (לא ממומנות) במנועי חיפוש. פעולות אלה נקראות גם קידום אתרים אורגני. לרוב ממוקד **Google** שמהווה 90% מהחיפושים. העיקרון המרכזי: יצירת תוכן איכותי והבאת תנועה לאתר מפורטלים ורשתות חברתיות.
- ❖ **קידום ממומן** – קמפיין משולם ל **Google** או למנועי חיפוש אחרים במטרה לקדם את האתר במנועי החיפוש
- ❖ **שיווק באמצעות רשימות תפוצה / ניוז לטר**
- ❖ **תוכניות שותפים** – תשלום לאתרים המעבירים לידים ולקוחות פוטנציאליים באמצעות פורטלים או אתרים בעלי תנועה גדולה לאתר העסקי



מונחים מעולם האינטרנט רשתות חברתיות

[פייסגלאט](#) שמיועדת למגזר החרדי ומפרידה בין נשים וגברים בכניסה

[Dogster](#) - רשת חברתית לחובבי כלבים

[Hamsterster](#) – רשת חברתית לחובבי אוגרים

[Stachepassions](#) - רשת חברתית לחובבי שפם

[Vampirefreaks](#) - רשת חברתית לערפדים

[Lineforheaven](#) - התחייבות הרשת "נותנת לכם אפשרות להציל את הנפש שלכם ולשמור מקום בגן

עדן, זאת על ידי צבירה של נקודות קארמה."

[Myicrobes](#) - רשת חברתית המיועדת לאנשים שיש להם חיידקים דומים בגוף. מי שפיתח אותה

אלה מדענים שמנסים לבנות מאגר גדול של מידע כדי לערוך מחקר מקיף בעניין מחלות עיכול.

[Myfreeimplants](#) – רשת חברתית לבחורות הרוצות להגדיל חזה ואין להן כסף לניתוח. מאפשר לבנות

לגייס כסף מתורמים על ידי פתיחת בלוג אישי שכמובן רובן גם חושפות בו את החזה

[CLOO](#) - אפליקציה המסמנת למשתמשים איפה נמצאים השירותים הקרובים ביותר למקום בו הם

נמצאים



מונחים מעולם האינטרנט

❖ אתרי שיתוף קבצים

[You Tube](#) פלטפורמה לשיתוף קבצי וידאו. מצוין למי שרוצה לבנות לעצמו שם של בעל מקצוע בתחומו. סרטוני הדרכה קצרים. מצוין לקידום האתר שלכם במנועי חיפוש.

<https://www.youtube.com/watch?v=ajefTo7oOIM>

[פליקר](#) – פלטפורמה לשיתוף תמונות. פלטפורמה מצוינת לאנשים שמקצועם הוא ויזואלי (מעצבי פנים, אדריכלים, צלמים, מעצבים גרפיים, בוני פרגולות, גננים, מארגני אירועים) וכל מי שרוצה לעורר עניין באירוע מסוים או בתמונה מעניינת שקשורה לעסק שלו

instagram - פלטפורמה לשיתוף תמונות בדומה לפליקר והיום פופולארי יותר ממנו





סיפורי הצלחה עסקיים ברשת

- ❖ **סיגל דקל** ב 2010 נטשה לחלוטין את אמצעי הפרסום הקונבנציונאליים, החלה לנהל אסטרטגייה שיווקית מקוונת ונרחבת, הכוללת סרטוני תדמית ביוטיוב, ניוזלטרים, בלוג יומי ואישי ומגוון פעילויות אינטראקטיביות במטרה לבסס את הנוכחות החברתית שלה. תוך שבועיים השיגה 18,000 אוהדות בדף הפייסבוק שלה, והיום יש לה בדף האוהדים קרוב ל 43,000 אוהדים <https://www.facebook.com/sigaldekel?fref=ts>
- ❖ **הילי דה מרקס** עורכת טיולי וינטאג' בדרום אנגליה ומשווקת באמצעות בלוג ופייסבוק <https://www.facebook.com/hayley.marcas>
- ❖ **קרן שביט** – בלוגרית לייף סטייל ומארגנת ירידי ענק בתחום אפנה ולייף סטייל <http://www.karen-shavit.com/>
- ❖ **אבי ז'אן אמנות בטבעונות** – בלוג למתכונים טבעוניים. אבי מתחיל בקרוב לייצר מותג מוצרים מוכנים שימותג תחת שמו. <https://www.facebook.com/AviJeanLevy>



יצירת מותג אינטרנטי צעד אחר צעד

- ❖ בחירת נושא לכתיבה וביצוע מחקר מילות מפתח
- ❖ בחירת פלטפורמה (מאמרים, מצגות, וידאו, אודיו או שילוב שלהם)
- ❖ יצירת תוכן איכותי - מאמרים מקוריים לפי חוקי ה SEO
- ❖ העלאת את התוכן למקום שבחרתם שייצג אתכם (אתר, בלוג, פורום מקצועי)
- ❖ יצירת תנועת גולשים למקום התוכן
- ❖ יצירת עוד ועוד תוכן וחוזר חלילה
- ❖ מומלץ לייעל הזמן על ידי שימוש במערכות הפצת מסרים כמו T-roo

<http://www.t-roo.co.il/>



ומה בשבוע הבא?

אתרי אינטרנט כחלון הראווה של העסקים בעולם הדיגיטאלי

- ❖ הכרות עם מבנה אתר האינטרנט
- ❖ סוגי אתרים: תדמית, מכירת, חנות און ליין
- ❖ מונחי יסוד בגלישה, איך מודדים אפקטיביות אתר
- ❖ אתרים דינאמיים מול סטאטיים – יתרונות וחסרונות,
- ❖ אתרי קוד פתוח מול קוד סגור – יתרונות וחסרונות
- ❖ קידום אורגני מול קידום ממומן

